COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 2 janvier 2014

Mediametrie

L'audience de l'internet en France en novembre 2013

Les 15-24 ans accros aux réseaux sociaux et aux sites de vidéos

7,1 millions d'internautes de 15-24 ans ont surfé sur Internet en novembre 2013, soit 4,5% de plus qu'en novembre 2012. Par jour, ils sont plus de 3,2 millions à se connecter sur Internet et ils y passent en moyenne 1 heure et 37 minutes, soit environ 20 minutes de plus que la moyenne des internautes.

Parmi les 10 sites les plus en affinité avec les 15-24 ans, 4 sont des réseaux sociaux : ask.fm, Instagram, Tumblr et Skyrock. 4 autres sites sont dédiés à des contenus vidéos : Dpstream, YouTube mp3, VEVO on YouTube et 6play. On trouve également le magazine d'actualité en ligne dédié aux jeunes Melty ainsi qu'un site de jeux vidéos : Jeuxvideo.com.

Top 10 des Brands les plus en affinité avec les 15-24 ans
Parmi celles ayant une couverture sur cible supérieure à 10%

Brands	Visiteurs Uniques par mois (000)	Couverture sur cible (%)	**Composition Audience (%)**	Affinité Audience
ask.fm	821	11,5	**44,0**	285
Dpstream	793	11,1	**43,7**	284
Instagram	793	11,1	**37,9**	246
Tumblr	990	13,9	**31,1**	202
YouTube mp3	725	10,2	**30,5**	198
VEVO on YouTube	2 198	30,8	**29,5**	191
6play - TS	850	11,9	**29,1**	189
Melty - TS OJD	852	11,9	**28,3**	184
Jeuxvideo.com - TS OJD	1 540	21,6	**27,8**	181
Skyrock - TS	1 302	18,2	**26,4**	171

Visiteurs Uniques par mois : Nombre d'internautes de 15 à 24 ans ayant visité au moins une fois la brand au cours du mois
Couverture sur Cible : Part des internautes de 15 à 24 ans ayant été au moins une fois sur la brand
Composition audience : Part des 15 à 24 ans dans l'audience totale de la brand
Affinité audience : (Part des 15 à 24 ans dans l'audience totale de la brand / Part des 15 à 24 ans sur Internet) *100

Les 15-24 ans passent en moyenne 33 minutes et 41 secondes par jour sur les sites de la sous-catégorie Blogs et Sites communautaires soit près de 4 minutes de plus que l'ensemble des internautes. Les sites de Vidéo / Cinéma représentent quant à eux 19 minutes 15 secondes de la consommation quotidienne des 15 – 24 ans contre 12 minutes et 55 secondes pour l'ensemble des internautes.

Source : Médiamétrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – Novembre 2013 – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

mediametrie // NetRatings

L'audience de l'internet en France en novembre 2013

Le Top 50 des Groupes les plus visités en France

Rang	Supports	Visiteurs Uniques par mois
1	Google	41 178 000
2	Microsoft	36 088 000
3	Facebook	29 257 000
4	Orange	22 992 000
5	Wikimedia Foundation	22 199 000
6	CCM Benchmark Group	19 985 000
7	Groupe Lagardere	19 088 000
8	Vivendi	19 082 000
9	Solocal Group	18 567 000
10	Schibsted	17 794 000
11	Amazon	17 332 000
12	Yahoo	17 195 000
13	PPR	16 729 000
14	WEB66	16 709 000
15	Iliad	16 315 000
16	Groupe Figaro	13 952 000
17	auFeminin	13 806 000
18	Groupe Auchan	13 027 000
19	Groupe TF1	12 618 000
20	M6	12 414 000
21	Ebuzzing	12 285 000
22	Prisma Media	12 274 000
23	La Poste	12 126 000
24	InterActiveCorp	11 685 000
25	Apple Computer	11 624 000
26	eBay	11 560 000
27	Groupe Credit Agricole	11 449 000
28	Groupe Casino	11 252 000
29	Dailymotion	10 872 000
30	Adobe	10 660 000
31	Association VideoLAN	10 457 000
32	Ministere de l Education Nationale	10 449 000
33	francetélévisions	10 351 000
34	Le Monde	10 047 000
35	Webedia	9 742 000
36	Gouvernement Francais	9 509 000
37	AlloCine	8 927 000
38	Next Radio TV	8 919 000
39	SNCF France	8 643 000
40	Nouvel Observateur	8 535 000
41	OTTO	8 533 000
42	PriceMinister	8 366 000
43	Roularta	7 892 000
44	Carrefour	7 855 000
45	VEVO	7 583 000
46	Meteo France	6 932 000
47	Hi-Media	6 769 000
48	Oxygem Media	6 693 000
49	Michelin	6 614 000
50	WordPress.com	6 574 000

Source : Médiamétrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – Novembre 2013 – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Le Top 30 des Sites les plus visités en France

Rang	Marques B	Visiteurs Uniques par mois	Visiteurs Uniques par jour
1	Google	39 807 000	16 090 000
2	Facebook	29 181 000	9 234 000
3	YouTube	28 043 000	5 892 000
4	Microsoft	26 492 000	4 280 000
5	Wikipedia	21 928 000	3 063 000
6	Orange - T	20 573 000	5 942 000
7	Windows Live	19 547 000	3 988 000
8	Leboncoin.fr - TS OJD	17 777 000	3 578 000
9	Yahoo - T	17 195 000	3 281 000
10	Amazon	16 962 000	2 098 000
11	Free	15 480 000	2 408 000
12	Skype	15 371 000	4 330 000
13	PagesJaunes - TS OJD	15 255 000	1 526 000
14	auFeminin - TS	13 717 000	1 178 000
15	Blogger	12 195 000	1 103 000
16	SFR	11 887 000	2 571 000
17	Apple	11 624 000	1 377 000
18	Le Figaro - TS OJD	11 060 000	1 041 000
19	Linternaute.com - TS	10 933 000	776 000
20	Fnac	10 888 000	935 000
21	Dailymotion - TS	10 872 000	849 000
22	OverBlog	10 786 000	881 000
23	CommentCaMarche - TS	10 619 000	791 000
24	Videolan	10 457 000	1 638 000
25	Adobe	10 419 000	577 000
26	Cdiscount	10 373 000	917 000
27	France Televisions - TS OJD	10 351 000	936 000
28	eBay	9 798 000	1 278 000
29	Le Monde / HuffingtonPost.fr - TS OJD	9 419 000	1 034 000
30	Outlook (Outlook.com)	9 062 000	2 293 000

La mesure d'audience des sites Internet est hybride depuis les résultats du mois d'août 2012. Une notification accompagne le nom des Brands :

- les acteurs ayant participé à la mesure par l'implémentation d'un **T**ag sur au moins 50 % de leur périmètre sont notifiés d'un « **T** »
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé sont notifiés d'un « **TS** » (pour **T**aggé 100 % **S**ite-Centric)
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé et certifié par l'**OJD** sont notifiés d'un « **TS OJD** »

Source : Médiamétrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – Novembre 2013 – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Le Top 50 des Sites supports de publicité souscripteurs du service

Rang	Marques B	Visiteurs uniques par mois	Visiteurs uniques par jour
1	Google	39 807 000	16 090 000
2	Facebook	29 181 000	9 234 000
3	YouTube	28 043 000	5 892 000
4	Orange - T	20 573 000	5 942 000
5	Windows Live	19 547 000	3 988 000
6	Leboncoin.fr - TS OJD	17 777 000	3 578 000
7	Yahoo - T	17 195 000	3 281 000
8	Free	15 480 000	2 408 000
9	Skype	15 371 000	4 330 000
10	PagesJaunes - TS OJD	15 255 000	1 526 000
11	auFeminin - TS	13 717 000	1 178 000
12	SFR	11 887 000	2 571 000
13	Le Figaro - TS OJD	11 060 000	1 041 000
14	Linternaute.com - TS	10 933 000	776 000
15	Fnac	10 888 000	935 000
16	Dailymotion - TS	10 872 000	849 000
17	CommentCaMarche - TS	10 619 000	791 000
18	Cdiscount	10 373 000	917 000
19	France Televisions - TS OJD	10 351 000	936 000
20	eBay	9 798 000	1 278 000
21	Le Monde / HuffingtonPost.fr - TS OJD	9 419 000	1 034 000
22	Outlook (Outlook.com)	9 062 000	2 293 000
23	AlloCine - TS	8 927 000	854 000
24	MSN - T	8 572 000	1 627 000
25	Le Nouvel Observateur - TS OJD	8 535 000	782 000
26	Bing	8 223 000	1 058 000
27	Le Parisien - T	7 762 000	692 000
28	TF1 / Wat - T	7 297 000	620 000
29	L Express.fr - TS OJD	7 233 000	494 000
30	Doctissimo - TS OJD	7 165 000	492 000
31	Meteo France - TS	6 932 000	932 000
32	01net - TS	6 598 000	454 000
33	Mappy - TS OJD	6 432 000	414 000
34	Voila - T	6 373 000	963 000
35	Tele Loisirs - TS OJD	6 372 000	937 000
36	MyTF1 News / metronews.fr - T	6 244 000	463 000
37	Rue du Commerce	5 834 000	386 000
38	CANAL + - T	5 832 000	649 000
39	Jeuxvideo.com - TS OJD	5 531 000	697 000
40	L Equipe - TS OJD	5 428 000	916 000
41	20minutes.fr - TS OJD	5 416 000	459 000
42	Deezer	5 334 000	499 000
43	Le Journal des Femmes - TS	5 135 000	309 000
44	Skyrock - TS	4 927 000	462 000
45	Femme Actuelle - TS OJD	4 854 000	276 000
46	LinkedIn	4 849 000	439 000
47	LeGuide.com	4 707 000	239 000
48	Clubic.com - TS	4 587 000	308 000
49	LePoint - TS OJD	4 467 000	342 000
50	Sante-Medecine.net - TS	4 025 000	222 000

Source : Médiamétrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – Novembre 2013 – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Détail des co-brandings des marques présentes dans les classements sites

20minutes.fr : cuisine-annie.com ; mesnotices.fr ; lacuisinedannie.20minutes.fr

auFeminin : sante-az.com ; marmiton.org ; joyce.fr ; blog-cuisine.marmiton.org ; sante-az.aufeminin.com

Clubic.com : newsvortex.net

Femme Actuelle : prima.fr ; enfant.com ; hellocoton.fr ; matvpratique.com ; siandso.com

France Televisions : pluzz.fr ; meta-media.fr ; allodocteurs.fr ; dofus-la-serie.com ; afm-telethon.fr/espace-evenementiel ; don.telethon.fr

Free : devises.fr ; euroinvestor.fr

L Equipe : viewsurf.com ; privatesportshop.com

L Express.fr : lire.fr ; lentreprise.com ; votreargent.fr ; lexpansion.com ; lexpansion.cadremploi.fr ; votreargent.lexpress.fr ; lexpansion.lexpress.fr ; votreargent.lexpress.fr ; letudiant-emploi.fr ; letudiant.fr ; letudiant.maxicours.com ; pourseformer.fr ; lentreprise.lexpress.fr ; videdressing.lexpress.fr ; mieuxvivre.com

Le Figaro : blog.lefigaro.fr/sport24 ; rugby24.com ; sport24.com ; sport24.fr ; sport24.lefigaro.fr ; marine.meteoconsult.fr ; evene.fr ; leparticulier.fr ; boutique.jardiner-malin.fr ; www.jardiner-malin.fr ; communes.com

Le Monde / HuffingtonPost.fr : huffingtonpost.fr ; aujardin.info ; aujardin.org ; courrierinternational.com

Le Nouvel Observateur : challenges.fr ; sciencesetavenir.fr ; la-conjugaison.fr ; lettres-gratuites.com ; rue89.com ; sciences.nouvelobs.com

Le Parisien : cartesfrance.fr ; ptitchef.com

LePoint : argusdesmontres.com

Linternaute.com : copainsdavant.com ; copainsdavant.linternaute.com

Mappy : urbandive.com

MSN : m6.fr/emission-le_19_45/ ; m6.fr/mariage_charlene_et_albert/ ; m6.fr/presidentielle_2012etvous_le_direct ; m62012.fr ; m6actu.fr ; m6info.fr ; msn.easybourse.com/entretien ; msn.easybourse.com/interviewvideo ; msn.easybourse.com/le-mag-bourse.php ; msn.faireplaisiravecphilips.fr ; msn.les-bonnes-promos.com ; msn.logic-immo.com ; msn.partners-finances.com ; msnauto.hyperassur.com ; msnauto.lacentrale.fr ; msnauto.mazdacx5.fr ; msnauto.neowebcar.com ; msnauto.reserver1essai.com ; msnfinances.hyperassur.com ; rtl2012.fr ; msnauto.lacentrale.fr ; msnauto.aramisauto.com ; msnauto.assurland.com ; lacentrale.fr/msn/ ; msn.lacentrale.fr ; fr.encarta.msn.com ; msn.canalplay.com ; msn.toutelatele.com ; msn.guidetele.com ; paris-one.com ; paris-one.fr ; parisone.com ; parisone.fr ; pepsimedia.betwin.fr/msn/index_onglet.html ; pepsiworld.fr/index.php?msn=ok ; msn.dromadaire.fr ; msn1.dromadaire.fr ; msn.dvdrama.com ; serierama.com ; msn.yezorno.com/game ; homepage de msn.englishtown.fr; msn.easybourse.com/meteobourse ; msnfinances.assurland.com ; msn.leguide.com ; msn.groupon.fr ; msn.labeauteenlive.com ; msn.lediet.fr ; msn.eurosport.fr/football/coupedumonde/2006

MyTF1 News / metronews.fr : leblogtvnews.com ; plurielles.fr ; lci.fr

OverBlog : erog.fr

PagesJaunes : pagesjaunes.notrefamille.com

TF1 / Wat : tf1.kelformation.com ; ushuaia.com ; grandjeuteleshopping.com ; video.eurosport.fr/wat/uservideos.shtml ; 12coupsdemidi.fr ; blog-tf1.over-blog.com ; automotocompare.fr ; jeu-jenny.automoto.fr

Yahoo : *yahoo.monster.fr ; fr.yahoo.123envoiture.com ; Geocities.com ; yahoo.*bondyblog.fr ; flickr.com

Source : Médiamétrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – Novembre 2013 – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Définitions et méthodologie

Groupe ou Parent (P) : Le Parent est un niveau qui consolide l'audience d'un ensemble de marques (Brand). Il est important de noter qu'une brand ne peut être comptabilisée que dans un seul Parent.

Le Parent est la société qui est l'actionnaire principal des brands (et non des urls) qui lui sont rattachées.

Marque ou Brand (B) : La Brand est le niveau « marque ». Une brand est un agrégat de domaines, de sous-domaines et/ou de pages identifiés par un même logo de façon cohérente et homogène.

Channel (C) : Le Channel désigne une thématique/chaîne. Il rassemble les contenus d'une marque qui ont une même thématique. Ce niveau est un sous-ensemble d'URLs de la Brand recoupant la même thématique (exemple : news, mail, etc.).

Visiteurs Uniques par mois : Nombre total d'individus ayant visité un groupe ou un site au moins une fois pour le mois concerné quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux. Les individus ayant visité le même groupe (ou le même site) plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

Visiteurs Uniques par jour : Nombre d'individus ayant visité un site au moins une fois au cours d'une journée moyenne pour le mois concerné. Les individus ayant visité le même site plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois pour cette journée.

Application Internet : Une application Internet regroupe tout fichier « .exe » repéré par le logiciel et qui a été créé pour être utilisé avec Internet.

- Exemples d'applications Internet : applications de messageries instantanées, applications de lecteurs de contenu audio/vidéo, applications de partage de fichiers média…

- Exemples d'applications non Internet : les logiciels basiques (traitement de texte, logiciels de base de données, etc.), les programmes d'installation, les systèmes d'exploitation ou autres logiciels systèmes (impression, etc.).

Le Panel France de Médiamétrie//NetRatings

Le Panel France de Médiamétrie//NetRatings s'appuie sur un échantillon de 22 000 individus, recrutés par téléphone et sur Internet, représentatif de la population des internautes âgés de 2 ans et plus, résidant en France et disposant d'un accès Internet à domicile et / ou sur le lieu de travail. La mesure d'audience des sites Internet est hybride depuis les résultats d'août 2012. Unique et innovante, la méthodologie hybride consiste à enrichir les données du panel Médiamétrie//NetRatings par des données site-centric issues des mesures certifiées par l'OJD, de la mesure Médiamétrie-eStat, et d'un tag light proposé aux acteurs ne disposant pas d'une mesure site-centric certifiée. Les informations d'audience et d'usage Internet sont disponibles mensuellement sur plus de 8 000 sites, par cible (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres…), par catégorie de sites (sites d'actualités, sites e-commerce, sites de voyages…) et par lieu de connexion (domicile, lieu de travail, domicile et travail ou tous lieux de connexion).

Source : Médiamétrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – Novembre 2013 – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés



A propos de Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile et le Cross-Médias. En 2012, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 73,1M€.

Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Médiamétrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.

Web : www.mediametrie.fr
Twitter : www.twitter.com/Mediametrie_TM
Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contacts Presse :

Laure Osmanian Molinero
Tél : 01 47 58 97 55
losmanian@mediametrie.fr

Adélie Ménager
Tél : 01 71 09 93 18
amenager@mediametrie.fr